



“Les concepts nous conduisent à faire des recherches. Ils sont l’expression de notre intérêt et le dirigeant.”

“Les phénomènes ne sont pas cachés ; c’est le concept qui est caché. Et le concept est environné d’autres concepts. Il intervient dans un champ conceptuel, et ses relations nous donnent du fil à retordre”

“Est-ce que je veux dire que certains faits sont favorables à la formation de certains concepts ? Ou qu’ils leur sont défavorables ? Est-ce là ce que nous apprend l’expérience ? C’est un fait d’expérience que les hommes modifient leurs concepts et leur en substituent d’autres lorsqu’ils prennent connaissance de nouveaux faits”

Wittgenstein

LES CONCEPTS EN GESTION : CRÉATION, DÉFINITION, REDÉFINITION

Sommaire

67

Qu’est-ce qu’un concept ?

H. Dumez

81

Modularité organisationnelle ou organisation modulaire ?

Un débat conceptuel

M-R. Jacob

95

La coopération,
ou la métamorphose d’un néologisme managérial en concept

P. Chiambaretto

Présentation¹

Nombre de travaux en gestion pensent inventer de nouveaux concepts. Les recherches qualitatives, notamment, se présentent souvent comme exploratoires en se proposant cet objectif de préciser des concepts existants, ou d’en créer de nouveaux. Mais en quoi une nouvelle notion peut-elle être réellement considérée comme un concept ? Qu’est-ce, réellement qu’un concept et comment les concepts apparaissent-ils ? Comment sont-ils définis et redéfinis ?

C’est à ces questions que s’efforce de répondre ce supplément constitué d’un texte de réflexion sur le concept de concept, et de deux articles consacrés à des notions apparues dans la période récente, celle de modularité organisationnelle et celle de coopération.

La notion de modularité vient de l’analyse des systèmes techniques. Rapidement a été posée l’hypothèse selon laquelle il pourrait y avoir un effet-miroir entre le développement de la modularité au niveau des systèmes techniques et celui de la modularité de l’organisation qui les produit. Nombre de recherches ont montré que cette hypothèse ne tenait pas. Faut-il alors abandonner la notion de modularité organisationnelle, ou peut-on penser qu’elle peut bien être un concept ? C’est à donner une réponse à ces questions que s’attache Marie-Rachel Jacob.

Le mot « coopération » a été inventé par des praticiens voulant rendre compte de la situation stratégique dans laquelle ils se trouvaient. Le monde académique s’en est emparé et tout un courant de recherches y est consacré. Mais la notion recouvre-t-elle un explanans (un concept) ou un explanandum (ce qui est à expliquer) ? Paul Chiambaretto pense qu’il s’agit bien d’un concept.

1. Les trois auteurs remercient les participants de l’atelier d’écriture AEGIS du 3 décembre 2010 qui leur ont permis d’améliorer leurs textes.

Les concepts en gestion :
création, définition, redéfinition



Vassily Kandinsky, Einige Kreise, détail (1926)

Qu'est-ce qu'un concept ?¹

Hervé Dumez
CNRS / École polytechnique

Les recherches qualitatives se veulent souvent exploratoires : elles entendent inventer des concepts, proposer de nouvelles notions et théories. Dans le même temps, pour interpréter les données, elles manient des concepts existants.

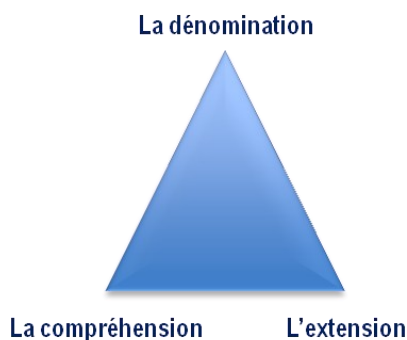
Mais bien souvent, les notions utilisées ou proposées apparaissent floues, mal définies, n'éclairant rien parce qu'éclairant trop de choses. La question surgit donc : qu'est-ce qu'un concept ? En quoi les ressources, la cognition distribuée, les capacités dynamiques, les *two-sided markets*, la co-innovation, les acteurs-tiers, l'apprentissage organisationnel, les coûts de transaction peuvent-ils être appelés concepts ?

La question est concrète : les notions que nous manions dans une recherche sont-elles susceptibles d'expliquer les phénomènes que cette recherche se propose d'expliquer, ou en quoi ne sont-elles que des étiquettes mises sur les phénomènes et ne constituent-elles que des pseudo-explications ?

Le texte qui suit vise à rester à ce niveau concret, en évitant les débats épistémologiques abstraits sur la nature de l'explication scientifique. Il entend donner au chercheur, apprenti ou confirmé, des éléments de réflexion sur sa pratique et l'aider à mener un travail critique et positif sur sa démarche. Une première approche du concept à partir d'une représentation simple sera présentée. Puis un approfondissement de la démarche à partir de huit critères proposés par Gerring. Dans une troisième partie, en s'inspirant de Wittgenstein, on se demandera s'il n'est pas possible de penser sans concept ou en dehors des concepts.

Le triangle conceptuel simple

Ogden et Richards (1923) ont proposé la figure d'un triangle pour comprendre le fonctionnement de la signification d'un mot ou concept (*meaning*). Dans sa version originale, ce triangle est assez complexe mais, pour les besoins de l'analyse de ce qu'est un concept, il peut être simplifié de la manière suivante :



1. Je remercie Marie-Rachel Jacob pour ses remarques sur ce texte. Ce dernier a également bénéficié des commentaires des membres d'un atelier d'écriture Aegis et de ceux de Colette Depeyre.

Pour faire simple, un concept est fait de trois choses : un nom, une dimension de compréhension (en anglais *intension*, *connotation*), une dimension d'extension (*extension*, *denotation*).

La dénomination

Le nom, tout d'abord. Plusieurs stratégies sont possibles. La première consiste à prendre un mot du vocabulaire courant et à chercher à lui donner un statut conceptuel. Par exemple, la notion d'attention, en s'efforçant d'en faire une qualité managériale, ou la vigilance (*alertness*) (Kirzner, 1973 ; Oury, 1983). La deuxième consiste à inventer un mot, par exemple à partir de racines grecques ou latines (ou les deux : on sait que l'invention du mot sociologie fit scandale parce que « socio- » renvoie au latin *socius*, *societas*, et « -logie » renvoie au grec *logos*). Durkheim, dans *Le suicide*, inventa le néologisme « anomie » à partir du grec. La troisième stratégie consiste à combiner des mots, comme « coopétition », sorte de crase construite à partir de coopération et compétition, ou comme dans des mots composés – « acteur-tiers », par exemple.

L'utilisation de mots courants implique les connotations contenues dans ces mots. L'attention managériale, par exemple, renvoie à tous les emplois du mot attention dans le langage courant (« fais attention », « prêter attention à », « attirer l'attention de... sur... », etc.) ainsi qu'aux théories psychologiques de l'attention. L'invention d'un mot nouveau – « anomie » – ne comporte pas cet effet de halo des connotations. L'utilisation d'un mot composé combine les halos des deux mots, tout en créant un effet nouveau. Elle peut aussi introduire un effet de classification hiérarchique (parler d'« acteur-tiers » suppose qu'il existe une catégorie générique, les acteurs, avec des sous-catégories dont l'une est faite des acteurs-tiers)².

La compréhension

La compréhension est souvent conçue comme la définition du concept et le conseil est d'ailleurs souvent donné : définissez vos concepts avec soin. Si on utilise le langage courant, on part souvent des définitions données par les dictionnaires, mais comme le note Gerring (1999, p. 362), cela ne permet généralement pas d'aller très loin :

Perhaps the oldest solution to the age-old problem of concept formation is to rely upon norms of established usage (as defined by dictionary lexicons or more extended etymological study). This, broadly speaking, is the ordinary-language approach to concept definition. Yet, as philosophers and linguists are quick to point out, norms of ordinary usage generally provide a *range* of terminological and definitional options, rather than a single definition; most concepts, perhaps all key social science concepts, are multivalent. Semantic complications multiply when a concept's meaning is considered historically, in different languages, in different language regions of the same language, in different grammatical forms (e.g., as noun, adjective, or verb), and in different speech acts. Occasionally, we find ourselves constructing concepts that are, for most intents and purposes, new. Thus, although ordinary usage may be an appropriate place to begin, it is not usually an appropriate place to end the task of concept formation. Given the diversity of meanings implied by ordinary usage there is rarely a *single* definition one might appeal to in settling semantic disputes.

Que le mot soit inventé, ou composé, on bute de toute façon sur le risque de régression à l'infini. Reprenons l'exemple des « acteurs-tiers ». On peut chercher à définir le concept par les rôles ou fonctions que ces acteurs peuvent jouer sur un marché ou dans un secteur économique. On peut relever qu'ils peuvent assurer une

2. « Lavoisier ne veut, note-t-il, que des mots courts, susceptibles, en conséquence, de “former des adjectifs et des verbes” (*Traité élémentaire de Chimie*, tome I, p. 52). Mais, plus on entre dans la forêt du monde, plus on y rencontre des substances d'une riche complexité, qui contiennent beaucoup de parties ou de constituants. Alors Lavoisier se résigne : au lieu de recommander un néologisme composé, il avoue préférer se servir d'une étiquette commode. Désignative, peut-être, mais nullement représentative. On parlera d'acide citrique... On renonce à calquer ou reproduire la nature de leurs éléments » (Dagognet, 1969, pp. 55-56). Je remercie Eric Maton pour cette référence.

fonction de régulation et/ou une fonction de coordination. On est alors renvoyé à la définition de la régulation, alors que beaucoup d'auteurs (Veljanovski, 1993, p. 14) estiment qu'il s'agit d'une notion mal-définie (*ill-defined*) et aux contours imprécis (*amorphous*) et à celle de coordination dont on peut dire à peu près la même chose. Il faut en réalité chercher des caractéristiques de l'acteur-tiers (son statut, sa structure, son mode de financement, ses fonctions, etc.) et étudier ces caractéristiques (peut-être la structure n'a-t-elle pas d'importance, peut-être les fonctions peuvent-elles être diverses, se combiner, jouer de manière différente, etc.).

L'extension

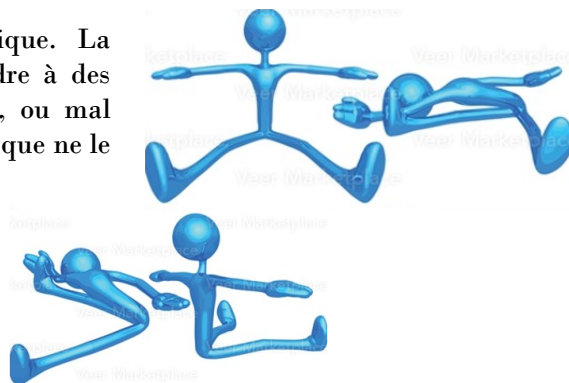
L'extension recouvre les cas empiriques auxquels va s'appliquer (et ne va pas s'appliquer) le concept. Imaginons que la recherche porte sur un secteur industriel (Dari, 2010). Trois « acteurs-tiers » sont relevés : les bureaux de style, les syndicats professionnels, les plates-formes logistiques. La question est : si les acteurs-tiers peuvent avoir un rôle de régulation (c'est par exemple le cas des syndicats professionnels), l'OMC doit-elle être aussi considérée comme un acteur-tiers ? Les pouvoirs publics ? Si les acteurs-tiers ont un rôle de coordination, la grande distribution cliente du secteur doit-elle être considérée comme un acteur-tiers ? Le problème posé est donc : à quels types de cas empiriques s'applique le concept, jusqu'où doit aller cette application, et où doit-elle s'arrêter ? Autrement dit, il n'y a pas de concept sans repérage d'un domaine empirique de validité. Certains concepts ne renvoient pas directement à une réalité observable. C'est par exemple le cas des « ressources » ou des « capacités dynamiques ». Il faut alors réfléchir à la manière de passer du non-observable à une classe de phénomènes observables (Rigaud, 2009 pour les ressources ; Depeyre, 2009 pour les capacités).

La détermination dynamique du triangle

Bien évidemment, le jeu du triangle présenté est dynamique. La dénomination, si elle n'évoque rien de connu, doit correspondre à des phénomènes empiriques qui jusque-là n'ont pas été reconnus, ou mal étudiés (ce qui est rare en sciences sociales, plus rare en tout cas que ne le laisse supposer l'invention proliférante et continuelle de mots nouveaux censés recouvrir de nouveaux concepts). Si la dénomination est un mot courant, elle doit s'appuyer, pour que le concept soit opérationnel, sur une définition plus rigoureuse que celle généralement donnée dans les dictionnaires, et renvoyer à un ensemble de cas empiriques à la fois suffisamment large et pourtant suffisamment circonscrit.

Si la définition du concept est étroite, le nombre de cas empiriques auquel renverra le concept sera peu élevé. Si la compréhension devient floue et que le nombre de cas empiriques est très élevé et très divers, il est probable que la définition du concept est mal conçue, que l'on est dans un cas d'« étirement conceptuel » (« *conceptual stretching* » – Sartori, 1970, p. 1034).

« Acteur-tiers », en tant que dénomination, suggère qu'il y a au moins dans un secteur industriel deux catégories d'acteurs : les acteurs du secteur, des acteurs de premier niveau, en relation les uns avec les autres (fournisseurs de matières premières, producteurs, transformateurs) et des acteurs de second niveau, qui fonctionnent en appui du premier niveau. La définition doit tenir compte de cette division catégorielle et montrer en quoi les acteurs-tiers n'appartiennent pas directement au secteur lui-même, mais assument un rôle dans son fonctionnement.



Enfin, la question se pose de savoir à quelles catégories d'acteurs empiriques va s'appliquer le concept d'acteur-tiers, et jusqu'où cette application va aller (la grande distribution doit-elle être considérée comme un acteur appartenant au secteur, un acteur-tiers, ou un acteur extérieur au secteur ?).

Göran Ahrne & Nils Brunsson (2008 ; voir Dumez, 2008) ont par exemple mis en avant le terme de méta-organisation³. La dénomination suggère l'idée que quelque chose existe à un niveau dépassant celui des organisations telles que nous les connaissons. Ahrne et Brunsson ont donné une définition de la notion (compréhension) : les méta-organisations sont des organisations dont les membres sont des organisations (alors que les membres des organisations « simples » sont des individus physiques). Et les deux auteurs ont montré (extension) la diversité empirique du phénomène, qui recouvre le MEDEF, l'Union postale universelle, Birdlife International, l'ONU, la FIFA, l'OTAN, la Fédération des Entreprises de la Beauté, et, pour les auteurs, l'Union Européenne. La question de savoir jusqu'où le concept doit être étendu se pose par exemple dans le cas de l'Union européenne (les auteurs considèrent les États comme des organisations, donc l'Union européenne comme une organisation dont les membres sont bien des organisations).

Parce que les trois éléments (dénomination, compréhension et extension) sont en interaction dynamique, on peut considérer que Ahrne et Brunsson ont bien construit un concept. Encore faut-il noter quelque chose de plus. A quoi servirait d'ajouter le concept de méta-organisation au concept d'organisation, si les méta-organisations ne se différencient pas au niveau des problèmes qu'elles posent, de leurs comportements, des organisations elles-mêmes ? Ce qui justifie l'invention de ce nouveau concept, c'est que, par exemple, les méta-organisations dépendent de leurs membres d'une manière très différente de celle dont les organisations « simples » en dépendent. General Motors dépend moins d'un de ses collaborateurs, fût-il son CEO, que le Medef ne dépend de l'UIMM ; ou, autre exemple, les membres des méta-organisations étant des organisations, les méta-organisations risquent de se trouver en concurrence avec leurs membres, ce qui n'est pas le cas des organisations « simples ».

On voit par là qu'un concept est une relation dynamique entre les trois sommets d'un triangle constitués par la dénomination, la compréhension et l'extension (Gerring, 1999, p. 389) :

Moreover, since each element of a concept – the term, the intension, and the extension – is interdependent, there is no apparent place to begin (or end). Consequently, we cannot discern a common sequence to the process of concept formation. Some would begin with the word, some with the phenomenon, some with a theory, and so forth. In any case, the process of definition quickly becomes one of mutual adjustment. To achieve a higher degree of differentiation in a concept one may do one or all of three things: (a) choose a different term, (b) adjust the properties of the intension, or (c) adjust the members of the extension. Concept formation thus offers an excellent illustration of the so-called hermeneutic circle, since a change in any one aspect of a concept will normally affect the other two. For this reason, concept formation must be viewed holistically; there is no way to separate out tasks which pertain only to the 'phenomenal' realm from those that pertain only to 'linguistic' or 'theoretical' realms, as some approaches to the problem imply.

3. Le nom a semble-t-il été créé avant eux, mais dans un sens différent – Ettighofer & Van Beneden, 2000.

Mais l'exemple des méta-organisations montre quelque chose de plus : une fois construit correctement comme une interaction entre les trois pôles, l'intérêt d'un concept réside dans son potentiel : guide-t-il l'attention du chercheur vers des faits

nouveaux, non anticipés ? Permet-il, non pas seulement d'éclairer les problèmes de départ de la recherche, mais de faire surtout surgir de nouveaux problèmes ?

Un approfondissement sur la question du concept

John Gerring (1999) ne pense pas qu'il y ait des règles permettant de formuler de nouveaux concepts (comme l'affirme Sartori – 1984). Comme on l'a vu, il ne croit pas que la simple définition des concepts suffise à les fonder et les justifier. Il estime que les concepts se construisent par des *trade-offs* entre huit critères, qu'il présente en un tableau (Gerring, 1999, p. 367) :

1. Familiarity	How familiar is the concept (to a lay or academic audience)?
2. Resonance	Does the chosen term ring (resonate)?
3. Parsimony	How short is a) the term and b) its list of defining attributes (the intension)?
4. Coherence	How internally consistent (logically related) are the instances and attributes?
5. Differentiation	How differentiated are the instances and the attributes (from other most-similar concepts)? How bounded, how operationalizable, is the concept?
6. Depth	How many accompanying properties are shared by the instances under definition?
7. Theoretical Utility	How useful is the concept within a wider field of inferences?
8. Field Utility	How useful is the concept within a field of related instances and attributes

Il est intéressant de les reprendre un à un.

La familiarité

Partons des termes courants et voyons si on peut leur donner un sens plus rigoureux. On peut faire des combinaisons de termes, on peut aller chercher une expression étrangère ou remonter aux langues mortes (là, on s'éloigne en familiarité).

Familiarity in the term is achieved by finding that word within the existing lexicon which, as currently understood, most accurately describes the phenomenon under definition. (Gerring, 1999, pp. 368-369)

On doit d'abord aller au simple, au mot du langage courant, et ne compliquer que si c'est nécessaire, si on ne trouve pas de terme adéquat.

La résonance

Certains termes « prennent » (*stick*), d'autres non. C'est le phénomène de résonance. Là, il y a souvent conflit avec d'autres critères, notamment la familiarité. Au lieu de parler de classe laborieuse, Marx invente le prolétariat.

If resonance is important in reconceptualizing old ideas, as well as in coining new terms, how does one achieve this quality? This is a very difficult question to answer, or to predict, since there are so many nonsemantic (auditory, visual, and perhaps even olfactory) cues to which readers commonly respond. Resonance, for example, might be derived from a word's

metaphoric, synechdotic, alliterative, or onomatopoetic value, its rhyming scheme or rhythm (number of syllables, stress,...). These are matters that we need not pursue here. The point is, concepts aspire not simply to clarity but also to power, and power is carried by a term's resonance as well as its meaning. (Gerring, 1999, p. 371)

L'expression *two-sided markets* est par exemple pléonastique en elle-même : tout marché a un amont et un aval. Elle n'exprime pas bien ce qu'est ce type de marché caractérisé par un double effet de réseau (*network effect*). L'expression *two-sided networks* apparaît plus précise et meilleure, mais c'est la première qui a connu le succès. Néanmoins, il apparaît judicieux d'éviter les dénominations obscures, pléonastiques ou contradictoires, et de choisir un mot ou une expression qui n'induisse pas en erreur et indique le phénomène que l'on cherche à caractériser.

La parcimonie

Good concepts do not have endless definitions. It should be possible to say what it is one is talking about without listing a half-dozen attributes. (Gerring, 1999, p. 371)

Il faut là aussi trouver un équilibre entre des définitions trop restrictives et des définitions trop larges.

La cohérence

Arguably, the most important criterion of a good concept is its internal coherence – the sense in which the attributes that define the concept, as well as the characteristics that actually characterize the phenomena in question, « belong » to one another. There must be some sense of coherence to the grouping, rather than simply a coincidence in time and physical space. (Gerring, 1999, pp. 373-374)

Quelquefois, on fait face à des problèmes d'incohérence. Par exemple, certains ont défini l'idéologie comme un système d'idées et de croyances qui provoquent le changement, alors que pour d'autres, elles empêchent le changement. Mais souvent, le problème de la cohérence est plus subtil, il porte sur des choses diverses qui n'ont pas de liens évidents entre elles :

The problem of coherence is usually more subtle, involving attributes which are not mutually contradictory, but which bear no obvious relationship to one another. Attributes may be logically or functionally related [...] If the concept identifies phenomena whose shared properties are not related in some manner – regardless of their level of differentiation – they are not likely to make sense. More precisely, they will generate several senses. In each case it is the degree of similarity (i.e., internal coherence) among the items in the set that is at issue. (Gerring, 1999, p. 374)

La différenciation

C'est l'autre face : on a en interne la cohérence du concept et en externe sa différenciation par rapport à d'autres concepts.

What is at issue is the way in which a given concept relates to most-similar concepts [...] A concept's differentiation derives from the clarity of its borders within a field of similar terms. A poorly bounded concept has definitional borders which overlap neighboring concepts. (Gerring, 1999, pp. 375-376)

Reprenons l'exemple du concept d'idéologie :

It is difficult, one finds, to use the concept of ideology without tripping over the neighboring concepts of belief-system, worldview, value-system, symbol-system, myth, public philosophy, political philosophy, political culture, public opinion, policy agenda, political rhetoric, and political discourse. (Gerring, 1999, p. 376)

D'où :

Useful definitions define a term against related terms, telling us not only what a concept is, but also what it is not. Internal coherence is inseparable from external differentiation. (Gerring, 1999, p. 376)

On retrouve ici le principe spinoziste : *Omnis determinatio negatio est* (toute détermination est une négation) – définir, c'est opposer quelque chose à d'autres choses. Hegel, d'ailleurs, voulant mettre l'accent sur ce travail de négation, retournera la formule de Spinoza en la radicalisant : *omnis negatio determinatio est* (toute négation est détermination). Le travail de négation, d'opposition à ce qui n'est pas lui, est un moment essentiel de la détermination du concept.

La profondeur (depth)

The utility of a concept is enhanced by its ability to « bundle » characteristics. The greater the number of properties shared by the phenomena in the extension, the greater the depth of a concept [...] Meaning, in this case, refers to the number of shared attributes that the term calls forth. The deeper or richer a concept, the more convincing the claim that it defines a class of common entities, which are therefore deserving of being called by a single name. The term, in this sense, carries more of a punch – it is, descriptively speaking, more powerful, allowing us to infer many things-the common characteristics of the concept-from one thing, the concept's label. (Gerring, 1999, p. 380)

Si on définit un concept uniquement par ce qu'il n'est pas, on rate sa profondeur : « *Good concepts identify fecund categories* » (Gerring, 1999, p. 380).

L'utilité théorique

Les concepts servent à construire des théories, c'est même leur utilité première.

Concepts are the building-blocks of all theoretical structures and the formation of many concepts is legitimately theory-driven. Anomy, libido, mode of production, and charisma owe their endurance, at least in part, to the theories of Durkheim, Freud, Marx, and Weber. Indeed, these terms have little meaning in the social sciences without these broader theoretical frameworks. (Gerring, 1999, p. 381)

Parmi les théories, les cadres de classification (*classificatory frameworks*) sont particulièrement intéressants :

Classificatory frameworks (which I shall consider a species of 'theory') are particularly important since their effort is more explicitly conceptual than other sorts of inferences. A classification aims to carve up the universe into comprehensive, mutually exclusive, and hierarchical categories. Within such a schema, a given concept derives much of its utility from its position within this broader array of terms. (Gerring, 1999, p. 381)

L'utilité pour le champ sémantique (field utility)

Chaque fois qu'un mot est redéfini, cette redéfinition entraîne des redéfinitions en chaîne dans le champ sémantique :

To redefine a term, or to invent a new term, involves some resettling of the semantic field in which the term is located. It is impossible, in other words, to redefine one term without redefining others, for the task of definition consists of establishing relationships with neighboring terms. Words are defined with other words. Hence, any change in the original definition involves changes in these relationships. (Gerring, 1999, p. 382)

C'est le cas, même si un mot nouveau est inventé :

Even entirely new concepts – i.e., those based upon discoveries of new entities – must be defined in terms of existing concepts, and in that process must transform those original concepts. This observation holds a fortiori in the world of social science, where there is very little that is truly new and where, consequently, conceptualization generally takes the form of reconceptualizing what we already know. (Gerring, 1999, p. 382)

L'approche de Gerring précise certaines choses et offre des compléments très intéressants par rapport au triangle simple : sur les rapports des concepts entre eux notamment, sur l'idée du champ sémantique, ou sur les classifications. Mais il existe une approche radicalement différente de l'appréhension de la diversité des phénomènes.

Peut-on penser autrement que par concepts ?

Le triangle dénomination/compréhension/extension et les huit critères de Gerring constituent une approche classique du concept. Elle nous est familière depuis les dialogues de Platon, dans lesquels Socrate part de notions familières mais floues – le courage, la vertu, l'amour – et cherche à dégager une essence, un noyau dur de caractéristiques qui définissent un concept (souvent sans succès, dans les dialogues dits aporétiques). Il s'agit de chercher la rigueur dans la définition des concepts, de lever les ambiguïtés du langage ordinaire, de viser à l'exactitude. Pour être complet, il faut noter qu'il existe une autre approche, plus complexe, du concept.

Elle part de l'idée que les acteurs que l'on étudie manient des notions floues et élastiques dans leur pratique même (et les chercheurs font de même souvent dans leur propre pratique). S'efforcer de construire des concepts rigoureusement définis pour comprendre ces manières d'agir, ces pratiques, peut amener à construire des pseudo-explications.

En cherchant à élaborer des concepts rigoureux, on peut en effet commettre plusieurs erreurs.

La première consiste à privilégier les exemples qui nous viennent spontanément à l'esprit quand une notion est évoquée : « Cause principale des maladies philosophiques - un régime unilatéral : on nourrit sa pensée d'une seule sorte d'exemples. » (Wittgenstein, 2004, § 593, p. 221) Si l'on reprend le triangle, cette erreur consiste, en ne prenant pas en compte la richesse et la diversité de l'extension possible, à réduire artificiellement la compréhension à une définition trop simple, correspondant à un exemple prototypique.

La seconde erreur consiste à croire qu'il existe, entre les phénomènes, un noyau dur commun, des traits qui se retrouvent dans tous les cas empiriques. Ici, Wittgenstein s'attaque de manière radicale à la conception classique du concept :

Nous avons tendance à penser qu'il doit par exemple y avoir quelque chose de commun à tous les jeux, et que cette propriété commune justifie que nous appliquions le terme général « jeu » à tous les jeux ; alors qu'en fait les jeux forment une *famille* dont les membres ont des ressemblances de famille. Certains d'entre eux ont le même nez, d'autres les mêmes sourcils, et d'autres

encore la même démarche ; et ces ressemblances se chevauchent. L'idée qu'un concept général est une propriété commune à ses cas particuliers se rattache à d'autres idées primitives et trop simples sur la structure du langage. Elle est comparable à l'idée que les *propriétés* sont des *ingrédients* des choses qui ont ces propriétés ; par exemple, que la beauté est un ingrédient de toutes les belles choses, comme l'alcool l'est de la bière et du vin, et que par conséquent nous pourrions avoir de la beauté pure, qui ne serait pas frelatée par quelque chose de beau.

Pour Wittgenstein, il n'existe pas forcément de traits communs à tous les membres d'une même famille⁴. Donc, les concepts ne peuvent pas avoir de définition précise :

[...] si vous souhaitez par exemple donner une définition du souhait, c'est-à-dire tracer une frontière nette, vous êtes alors libre de la tracer comme vous voulez ; mais cette frontière ne coïncidera jamais entièrement avec l'usage effectif, puisque cet usage n'a pas de frontière nette. (Wittgenstein, 1996, p. 60)

Nous sommes incapables de circonscrire clairement les concepts que nous utilisons ; non parce que nous ne connaissons pas leur vraie définition, mais parce qu'il n'existe pas de vraie « définition ». (idem, p. 68)

Il faut donc raisonner autrement qu'en concepts bien circonscrits. Dès lors, il n'y a plus de concepts, ni de théories, ces dernières établissant des relations rigoureuses entre des concepts rigoureusement définis. Il faut renoncer aux explications. Que reste-t-il ? Quelle notion peut venir prendre la place de la théorie ? Pour Wittgenstein (2004, § 122, p. 87), c'est la vue synoptique :

L'une des sources principales de nos incompréhensions est que nous n'avons pas une vue synoptique de l'emploi de nos mots. – Notre grammaire manque de caractère synoptique. – La représentation synoptique nous procure la compréhension qui consiste à « voir les connexions ». D'où l'importance qu'il y a à trouver et à inventer des maillons intermédiaires.

Le concept de représentation synoptique a pour nous une signification fondamentale. Il désigne notre forme de représentation, la façon dont nous voyons les choses.

La critique que Wittgenstein fait de la démarche de Freud est éclairante. Pour Wittgenstein, le grand mérite de Freud est d'avoir rapproché de manière synoptique des phénomènes qui jusqu'à lui ne l'avaient pas été : l'acte manqué, le rêve, le jeu de mots (*Witz*). Mais ce que Wittgenstein lui reproche est d'avoir cherché des explications uniques, des concepts, sous ces phénomènes. Dire : « Tout rêve est l'expression d'un désir », c'est-à-dire faire du rêve un concept en le comprenant comme l'expression d'un désir, c'est méconnaître la diversité irréductible du phénomène.

Il apparaît donc possible de mener une démarche théorique en résistant à la tentation de chercher à conceptualiser.

Prenons un exemple (Depeyre & Dumez, 2008 ; 2010).

« Qu'est-ce qu'un marché ? » est une question pratique, que se posent les acteurs économiques, et une question théorique, que se posent les chercheurs (économistes, sociologues, gestionnaires).

Si l'on cherche le concept de marché, la tentation est de prendre un exemple prototypique. Au XIX^e siècle, cet exemple était constitué par les marchés agricoles. Aujourd'hui, on penserait sans doute d'abord aux marchés financiers. On va alors, à partir de cet exemple, chercher à identifier un noyau dur de caractéristiques communes à tout marché. On va tomber sur demandeurs, offreurs, produit

4. Sur les origines de la notion d'airs de famille, voir Ginzburg, 2004.

échangeable, transaction, prix. C'est la démarche classique, et l'on va chercher à mettre en phase compréhension et extension. Il n'est pas sûr qu'on arrive ainsi à déterminer de manière rigoureuse un concept qui rende compte de l'étonnante diversité des situations.

Une autre démarche, plus wittgensteinienne consiste à se dire qu'il n'existe pas de concept de marché, simplement des familles de marché. Comment faire pour mettre en évidence ces familles ?

On procèdera en partant d'un cas extrême. Imaginons un monopsonne face à un oligopole restreint de fournisseurs ; les transactions interviennent tous les vingt ou trente ans ; elles portent sur des produits mal définis ; le prix réel n'est pas connu au moment de la transaction.

Ce cas peut-il être qualifié de marché ? L'étude va mettre en évidence un synopsis de jeux de langage (la politique antitrust ou politique de concurrence, l'élaboration de la stratégie des firmes, le jeu des marchés financiers). Elle va montrer qu'il y a une routine des marchés, période pendant laquelle les acteurs ne se posent pas la question de la nature du marché sur lequel ils opèrent, et des périodes d'incertitude et de redéfinition. Elle va également identifier des familles de marché, par exemple celle des marchés sur lesquels le prix est inconnu ou mal connu au moment de la transaction, et seulement connu *ex post* (les marchés de défense, les marchés du BTP, d'infrastructure ou des grands systèmes).

Des apports théoriques sont donc venus d'une démarche qui posait comme point de départ qu'il n'y avait sans doute pas de concept possible de marché, et qu'il ne fallait pas en chercher un mais procéder autrement. C'est-à-dire, refuser les exemples prototypiques de marché pour construire le concept à partir d'eux, et partir au contraire du cas le plus extrême possible pour voir comment, concrètement, des acteurs font exister un marché par une pluralité de jeux de langage.

Bien évidemment, la démarche classique de recherche de concepts rigoureux et précis doit être tentée, et menée le mieux possible (à partir du triangle et des huit critères de Gerrig). Mais il apparaît que l'affranchissement de la recherche du concept peut être joué dans certains cas et mener à des apports théoriques, d'une nature différente.

Conclusion

La recherche en sciences sociales doit porter une attention scrupuleuse aux notions maniées et s'interroger sur leur nature conceptuelle.

L'approche la plus simple consiste à partir du triangle dénomination, compréhension, extension. Il n'y a véritablement concept que quand il existe des interactions dynamiques entre ces trois dimensions : la dénomination doit s'accompagner d'une tentative de définition et d'un renvoi à une classe de faits empiriques. Trop souvent, un auteur avance un mot nouveau. Il n'en donne pas une vraie définition, plus exactement une exploration compréhensive (quelles sont les dimensions importantes du concept et pourquoi ? Comment ce nouveau concept se situe-t-il par rapport au champ sémantique existant ? Comment change-t-il ce champ sémantique ?). Il donne quelques exemples empiriques, mais sans explorer la classe des phénomènes empiriques que ce concept éclaire, et sans montrer les phénomènes qu'il *n'éclaire pas* (c'est-à-dire sans en montrer les limites de validité empirique). Si le travail d'exploration compréhensive n'est pas fait, par exemple, la dénomination n'est qu'une simple étiquette posée sur quelques faits. Si le travail d'exploration extensive n'est pas fait, le concept se réduit à une dénomination recouvrant une idée générale et vide. On est assez proche de la fameuse phrase de Kant : « Les concepts sans

intuition [contenu empirique] sont vides, les intuitions [contenu empirique] sans concept sont aveugles ».

On peut aller plus loin, en utilisant les huit critères proposés par Gerring : familiarité, résonance, parcimonie, cohérence, différenciation, profondeur, utilité théorique, utilité pour le champ sémantique. Un point important est notamment la mise en perspective du concept par le processus de construction théorique, et notamment dans sa mise en relation avec d'autres concepts dans une classification hiérarchisée et ordonnée.

La qualité d'un concept réside alors dans la dimension interactive qui unifie et met sous tension les trois pôles du triangle, et celle des *trade-offs* entre les huit critères de Gerring. Mais l'intérêt du concept réside quant à lui dans le potentiel du concept à guider l'intérêt du chercheur vers des faits jusque-là inexplorés et à faire surgir de nouveaux problèmes, comme l'a montré le concept de méta-organisation.

Une interrogation de nature très différente, inspirée de Wittgenstein, porte sur la précision des concepts : il faut rechercher cette précision (ce à quoi doivent servir les deux approches présentées précédemment), mais sans aller trop loin. Les phénomènes à étudier ne sont pas toujours, en effet, circonscrits de manière claire. Il faut donc parfois savoir renoncer à la recherche d'une définition rigoureuse (compréhension) pour chercher à présenter de manière synoptique la diversité des cas empiriques, en travaillant sur des « airs de famille ».

Quand on mène une recherche, plusieurs questions fondamentales se posent donc.

La première est : les phénomènes que je cherche à expliquer se prêtent-ils à une élaboration conceptuelle ? Le réel en lui-même est un magma, sans délimitations claires. C'est la recherche qui le découpe en objets à étudier. Ce découpage repose le plus souvent sur des contours flous. Les phénomènes se chevauchent, se combinent, interagissent entre eux. Chercher des concepts consiste souvent à ne sélectionner que quelques exemples qui vont servir de prototypes en laissant dans l'ombre toutes les occurrences ou les cas dérangeants, qui sont sans doute les plus intéressants mais qui n'entreront pas dans les limites circonscrites d'un concept rigoureusement défini. La bonne démarche est plutôt synoptique, cherchant à traiter les airs de famille comme des chevauchements complexes et flous.

La deuxième est : faut-il que j'invente de nouveaux concepts ? La naïveté du chercheur consiste à penser qu'un vrai travail de recherche doit aboutir à l'invention d'un ou plusieurs nouveaux concepts. Cette naïveté est étonnante : les phénomènes étudiés dans les sciences sociales sont triviaux, au sens où chaque acteur les éprouve, les construit, en a plus ou moins conscience. L'invention de grands concepts est rare (anomie, charisme, etc.). La prolifération de petits concepts éphémères est une impasse. Entre la sociologie, la psychologie, l'économie, le droit, la gestion, la linguistique, l'anthropologie, l'ethnologie, il existe un réservoir de concepts existants considérable qu'il est nécessaire d'explorer sérieusement avant de se lancer dans l'invention d'un concept nouveau. Il faut avoir le courage de passer un rasoir aussi impitoyable qu'intelligent sur nos tentatives d'invention (Dumez, 2001).

La troisième est : le concept que je crois avoir inventé est-il un vrai concept, c'est-à-dire un outil d'explication (*explanans* ou *explicans*), ou une simple étiquette mise sur des phénomènes à expliquer (*explanandum* ou *explicandum*) ? Cette question est essentielle : un mot, une expression, n'expliquent pas en eux-mêmes, alors que bien des recherches s'arrêtent là. En créant un mot, elles ont mis en évidence un phénomène à expliquer (*explanandum*) et pas un outil d'explication ou concept (*explanans*).

La quatrième est : combien de concepts (dont l'un inventé, éventuellement) vais-je mobiliser dans mon cadre analytique ? Les concepts ne fonctionnent pas comme des unités isolées. Ils ne fonctionnent pas en long défilé. Comme l'a fait remarquer Chamfort, « On n'est point un homme d'esprit pour avoir beaucoup d'idées, comme on n'est pas un bon général pour avoir beaucoup de soldats. » L'opposition de deux termes (hiérarchie et marché) est souvent faible et conduit à placer tous les phénomènes existants au milieu des deux extrêmes, ce qui ne fait pas avancer la réflexion très loin. Six ou huit notions conduisent à de grands tableaux souvent illisibles. Une juste mesure se trouve sans doute du côté de trois, quatre ou cinq. La grille à quatre cases est, quand elle est bien faite (ce qui est malheureusement peu souvent le cas), un outil extrêmement puissant.

Dernière remarque. Une grande naïveté pose qu'il faut commencer par définir les concepts. En réalité, le travail intellectuel fondamental, dans une recherche, est un travail de *re-définition* des concepts, que ceux-ci soient inventés ou existants. Les définitions que l'on pose au début d'une recherche ne sont que des définitions d'*orientation* du travail, c'est ensuite le processus de recherche qui permet de *re-définir* les concepts, de les préciser ou au contraire de les élargir, de mieux circonscrire leur domaine de validité, de repenser leurs relations avec les concepts voisins. Quand est posée la relation $E=MC^2$, aucun concept nouveau n'apparaît. Simplement, mais il est vrai de manière fondamentale, le concept de masse se trouve redéfini. C'est ce travail d'interaction dynamique entre dénotation et connotation qui constitue l'essentiel d'un travail de recherche. Les concepts ne sont définis au départ que sur un mode provisoire, cette définition devant constituer l'orientation du travail, ils sont ensuite redéfinis au cours du processus de recherche. Le processus de recherche étant justement ce travail de redéfinition. Le message conclusif de ce retour sur les concepts est donc un appel à une saine sobriété de la veine créative : peut-être une certaine modestie s'impose-t-elle et convient-il de s'efforcer d'abord, avant de chercher à en inventer de nouveaux, de redéfinir avec rigueur et soin les concepts existants et leurs relations. Bref, de se contenter d'imiter Einstein...

Références

- Ahrne Göran & Brunsson Nils (2008) *Meta-organizations*, Cheltenham (UK) & Northampton (MA, USA), Edward Elgar Publishing.
- Dagognet François (1969) *Tableaux et langages de la chimie : Essai sur la représentation*. Paris, Seuil.
- Dari Laetitia (2010) *Le rôle des acteurs tiers dans le management des relations inter-organisationnelles – le cas du prêt-à-porter français*, Thèse de doctorat en Sciences de gestion, Aix-en-Provence, Université Aix-Marseille II.
- Depeyre Colette (2009) *De l'observable au non observable : les stratégies d'identification, d'adaptation, de création d'une capacité de la firme. Dynamiques de l'industrie américaine de défense (1990-2007)*, Thèse de doctorat en Sciences de gestion, Nanterre, Université Paris Ouest-Nanterre La Défense.
- Depeyre Colette & Dumez Hervé (2008) "What is a market? A Wittgensteinian exercise", *European Management Review*, vol. 5, n° 4, (Winter), pp. 225-231.
- Depeyre Colette & Dumez Hervé (2010) "Qu'est-ce qu'un marché ? Un exercice wittgensteinien", in Armand Hatchuel, Olivier Favereau & Franck Aggeri (2010) *L'activité marchande sans le marché ? Colloque de Cerisy*, Paris, Presses des Mines, pp. 211-228.
- Dumez Hervé (2001) "Supplément méthode : Occam", *La lettre du CRG*, n° 13, pp. 16-19, <http://crg.polytechnique.fr/lettre/Lettre13.pdf>.

- Dumez Hervé (2008) “Les méta-organisations”, *Le Libellio d’Aegis*, vol. 4, n° 3, pp. 31-36.
- Ettighoffer Denis & Van Beneden Pierre (2000) *Met@-Organisations. Les modèles d’entreprise créateurs de valeurs*, Paris, Village Mondial.
- Gerring John (1999) “What makes a concept good ? A criterial framework for understanding concept formation in the social sciences”, *Polity*, vol. 31, n° 3, pp. 357-393.
- Ginzburg Carlo (2004) “Family resemblances and family trees: two cognitive metaphors”, *Critical Inquiry*, vol. 30, Spring, pp. 537-556.
- Kirzner Israel M. (1973) *Competition and entrepreneurship*, Chicago, The University of Chicago Press.
- Makino Hiroshi & Jitsumori Masako (2007) “Discrimination of artificial categories structured by family resemblances: A comparative study in people (*Homo sapiens*) and pigeons (*Columba livia*)”, *Journal of Comparative Psychology*, vol. 121, n° 1, pp. 22-33.
- Ogden Charles Kay & Richards Ivor Armstrong (1923) *The Meaning of Meaning*, New York, Harchourt, Brace & World.
- Oury Jean-Marc (1983) *Économie politique de la vigilance*, Paris, Calmann-Lévy.
- Rigaud Emmanuelle (2009) *Le processus de reconfiguration des ressources dans les fusions-acquisitions : le cas des firmes rachetées dont la marque est conservée*, Thèse de doctorat en Sciences de gestion, Nanterre, Université Paris Ouest-Nanterre La Défense.
- Rosch Eleanor & Mervis Carolyn B. (1975) “Family resemblances: Studies in the Internal Structure of Categories”, *Cognitive Psychology*, vol. 7, n° 4, (October), pp. 573-605.
- Sartori Giovanni (1970) “Concept Misformation in Comparative Politics”, *The American Political Science Review*, vol. 64, n° 4, (December), pp. 1033-1053.
- Sartori Giovanni [Ed.] (1984) *Social Sciences Concepts : A Systematic Analysis*, Thousand Oaks, Sage.
- Veljanovski Cento (1993) *The Future of Industry Regulation in the UK. A report of an independent Inquiry*, Londres, European Policy Forum, January, p. 14.
- Wittgenstein Ludwig (1996) *Le Cahier bleu et le Cahier brun*, Paris, Gallimard/Tel.
- Wittgenstein Ludwig (2004, trad. franç.) *Recherches Philosophiques*, Paris, Gallimard ■